

УДК 81'367.626

**МЕСТОИМЕННИЯ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ
КОММУНИКАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ УБЕЖДЕНИЯ
(НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА)**

Е.Н. ВАСИЛЕНКО*(Могилевский государственный университет им. А.А. Кулешова)*

Рассматривается коммуникативная стратегия убеждения в рамках политического дискурса. Автор исследует роль личных и притяжательных местоимений в реализации рассматриваемой стратегии. Подчеркивается актуальность исследования прагматического потенциала указанных разрядов местоимений, предлагается классификация тактик, выделяемых в рамках коммуникативной стратегии убеждения, описывается роль местоимений в каждой из них. Сделан вывод о прагматической значимости в политической коммуникации личных и притяжательных местоимений, которые в последнее время все чаще рассматриваются исследователями как единицы, обладающие вполне самостоятельным, прагматически обусловленным, значением. Материалом исследования послужили послания президентов США Конгрессу «О положении союза».

Местоимения представляют собой непростой в описании класс слов, семантическое своеобразие которого давно интересует лингвистов. Так, еще Л. Блумфилд указывал на многослойность местоименного значения [1]. В разные периоды местоимения рассматривались как слова-заместители (субституты) (Л. Блумфилд, Е.М. Вольф, Г. Суит), «проформы» (З. Харрис), «репрезентанты» (Ф. Брюно), «пустые» слова (С.Д. Кацнельсон, Л. Теньер), шифтеры (О. Есперсен, Р.О. Якобсон) и пр. Трактовка местоимений как указательных слов получила развитие в работах К. Бругмана, К. Бюлера, У. Вайнрайха, А.А. Потемни и др. и связана с введением термина «дейксис». Дейктические элементы, или индексальные выражения, в терминологии Ч.С. Пирса, стали классическим объектом изучения прагматики с 50-х годов XX века [2, с. 15].

Основными функциями местоимений являются дейктическая, субституционная и анафорическая. При этом нельзя отрицать, что местоимения – это богатый в прагматическом отношении класс слов. Как указывает Дж. Юл, именно простота формы местоимений маскирует сложность их использования [3, с. 10]. Наибольший интерес в этом отношении вызывают разряды личных и притяжательных местоимений. Рассмотрим прагматический аспект их употребления в рамках политического дискурса. Однако сначала необходимо остановиться на вопросе соотносительности данных разрядов местоимений.

Личные местоимения. Персональность с точки зрения функциональной грамматики – это не только семантическая категория, характеризующая участников обозначаемой ситуации по отношению к участникам ситуации речи, прежде всего говорящему, но и вместе с тем функционально-семантическое поле, базирующееся на данной семантической категории, рассматриваемой вместе со средствами ее выражения в том или ином языке [4]. Такое истолкование семантики лица основано на определении категории лица, предложенном Р.О. Якобсоном: «Лицо характеризует участников сообщаемого факта по отношению к участникам факта сообщения. Так, 1-е лицо свидетельствует о тождестве участника сообщаемого факта с активным участником факта сообщения, а 2-е лицо – о его тождестве с реальным или потенциальным пассивным участником факта сообщения, т.е. с адресатом» [5, с. 100]. Как отмечал Э. Бенвенист, каждое *я* «соответствует каждый раз единственному индивиду, взятому именно в его единственности» [6, с. 286]. По его мнению, местоимения *я* и *ты* идентифицируются исключительно посредством речевого акта (существуют «лишь как знаки, актуализируемые в единовременных речевых актах»). Местоимения же 3-го лица «по своей природе и функции совершенно отличны от *я* и *ты*» [6, с. 289 – 290].

Итак, личные местоимения представляют собой ориентиры, необходимые для совершения речевого акта и отображают уникальное деление всех объектов действительности на три категории с точки зрения познающего мир человека: *я* – *ты* – *все остальное* [7, с. 43]. Таким образом, личный дейксис функционирует в трехчастной системе.

Притяжательные местоимения. В лингвистике категории посессивности посвящены многочисленные исследования, однако до сих пор объем и содержание категории трактуются неоднозначно. В целом можно выделить узкое ее понимание, когда значение обладания возможно только в ситуации реального владения предметом, и широкое, когда категорию посессивности трактуют как «категорию “относительности к лицу”», частным случаем которой является собственно владение» [8, с. 170], т.е., по сути, сводят ее к более общей семантической категории реляционности.

В российской лингвистической традиции наиболее полное описание посессивности представлено в работах А.В. Бондарко и К.Г. Чинчлей, где посессивность характеризуется как функционально-семантическое поле, имеющее биоцентрическую структуру, что обусловлено наличием в языках атрибутивных и предикативных посессивных конструкций [4, с. 99].

К основным средствам выражения посессивного значения относятся притяжательные местоимения, которые до сих пор являются предметом лингвистических дискуссий. В частности, некоторые лингвисты ставят под вопрос само выделение притяжательных местоимений (посессивов) в отдельный лексико-грамматический класс. Например, А.А. Шахматов выделял местоимения субстантивные и адъективные [9, с. 495], а А.В. Исаченко считал посессивы подклассом личных местоимений [10, с. 180]. Мы же, вслед за Б.Ю. Норманом, исследовавшим притяжательные местоимения в славянских языках, будем придерживаться той точки зрения, что посессивы – «это отдельный разряд местоимений, семантически соотносящийся с разрядом личных местоимений, но обладающий совокупностью специфических признаков, в том числе прагматических» [11, с. 616]. Именно эта соотнесенность притяжательных местоимений с местоимениями личными и позволила нам рассматривать два данных разряда местоимений в исследовании вместе.

Материалом исследования послужили послания двух последних президентов США (Дж. Буш, 2001 – 2009; Б. Обама, с 2009 по настоящее время) Конгрессу «О положении союза» (англ. State of the Union Address), представленные на сайте проекта «The American Presidency Project» [12]. Данный жанр политического дискурса был выбран нами неслучайно. Послание справедливо считается одной из главных официальных публичных речей, произносимых в США. Это не только отчет о проделанной президентом работе и обозначение основных задач на предстоящий год, но и символический акт. Главной функцией ежегодного выступления президента с посланием парламенту является функция поддержания и укрепления статуса института президентства, а потому не вызывает сомнений тот факт, что в данном жанре политического дискурса одной из основных коммуникативных стратегий является стратегия убеждения. Успех ее реализации в значительной степени обусловлен выбором языковых средств. Рассмотрим, каким образом личные и притяжательные местоимения участвуют в реализации следующих тактик, выделяемых нами в рамках коммуникативной стратегии убеждения:

- 1) тактика самопрезентации;
- 2) тактика указания на перспективу;
- 3) тактика обещания;
- 4) тактика призыва;
- 5) тактика акцентирования;
- 6) тактика иллюстрирования;
- 7) тактика сопоставительного анализа;
- 8) тактика дистанцирования;
- 9) тактика кооперации.

Тактика самопрезентации выражает желание говорящего представить себя в выгодном свете, заставить адресата уважать адресанта, склонить его к признанию авторитетности мнения, слов говорящего. Одним из основных средств реализации данной функции выступает использование местоимения 1-го лица единственного числа в роли подлежащего. Позиция подлежащего сигнализирует о том, что адресант играет в ситуации активную роль. «Сама позиция подлежащего может приписывать субъекту элемент агентивного значения», – отмечает О.Л. Михалева, – при этом агентивность представляет собой «контроль ситуации со стороны агенса, [...] решающий вклад в действие» [13, с. 99].

Таким образом, использование местоимения 1-го лица единственного числа в роли подлежащего может говорить о позиционировании говорящим себя над аудиторией, демонстрации более высокого социального статуса или присвоении себе права отдавать приказы и навязывать свои оценки: [...] *tonight I propose two new initiatives to help more Americans afford their own insurance* / «[...] сегодня я предлагаю две новые инициативы, чтобы помочь американцам позволить себе собственный страховой полис» (G. Bush, 2007); *Some might call this a good record. I call it a good start* / «Кто-то назовет это хорошим рекордом. Я называю это хорошим стартом» (G. Bush, 2003).

Описанные выше прагматические оттенки при употреблении местоимения 1-го лица единственного числа наблюдаются также при реализации таких связанных с тактикой самопрезентации тактик, как тактика указания на перспективу, тактика обещания и тактика призыва.

Тактика указания на перспективу направлена на выражение стратегических целей, позиций и намерений говорящего. Политики, оценивая ситуацию в стране, часто пытаются дать прогноз развития событий в будущем. Использование в таком контексте местоимения *я* призвано подчеркнуть личный вклад или инициативу говорящего: *And under my plan, as soon as I've signed the bill, this extra money will start*

showing up in workers' paychecks / «И в соответствии с моим планом, как только я подпишу законопроект, эти дополнительные деньги начнут начисляться на зарплатные счета работников» (G. Bush, 2003).

При реализации **тактики обещания** говорящий использует местоимение 1-го лица единственного числа для того, чтобы акцентировать (и, возможно, повысить) свой социальный статус: *I am confident in our plan for victory; I am confident in the will of the Iraqi people; I am confident in the skill and spirit of our military* / «Я уверен в нашем победном плане; я уверен в воле жителей Ирака; я уверен в мастерстве и стойкости духа наших военных» (G. Bush, 2006); *Whatever action is required, whenever action is necessary, I will defend the freedom and security of the American people* / «Как бы ни потребовалось действовать, когда бы ни потребовалось действовать, я защищу свободу и безопасность американского народа» (G. Bush, 2003).

С тактикой обещания связана **тактика призыва**, которая на речевом уровне представлена в основном глаголами в форме повелительного или сослагательного наклонения. Использование местоимения *я* в таком контексте демонстрирует, как было указано выше, право говорящего отдавать приказы или же стремление приобщиться к аудитории, особенно, если рядом находится местоимение *мы*, которое является одним из основных средств актуализации данной тактики (см. более подробно тактику кооперации): *I urge Members of Congress to serve the interests of America by showing the compassion of America* / «Я призываю членов Конгресса служить интересам Америки, показывая сострадание Америке» (G. Bush, 2006); *Join me in this important innovation to make our air significantly cleaner and our country much less dependent on foreign sources of energy* / «Присоединяйтесь ко мне в этой важной инновации, чтобы сделать наш воздух значительно чище, а нашу страну намного менее зависимой от иностранных источников энергии» (G. Bush, 2003).

Тактика акцентирования выражает намерение говорящего подчеркнуть, выделить определенный момент своей речи. По замечанию О.Н. Паршиной, характерными маркерами тактики акцентирования являются такие «модели», как *хотел бы подчеркнуть; хочу обратить внимание; особо отмечу; надо признать; надо сказать; убежден, что...* и т.п. [14, с. 121]. Использование местоимения *я* в таких случаях призвано еще раз подчеркнуть социальную позицию говорящего: *I know that debate will be difficult. I know it will take time* / «Я знаю, что дебаты будут сложными. Я знаю, это потребует времени» (B. Obama, 2011).

Цели привлечения внимания служит и употребление местоимения 2-го лица, посредством которого говорящий вовлекает адресата в свое сообщение: *You know what else they share?* / «Вы знаете, еще они разделяют?» (B. Obama, 2010); *You can see the results of last year's investments in clean energy [...]* / «Вы можете видеть результаты прошлогодних инвестиций в чистую энергию» (B. Obama, 2010).

Тактика иллюстрирования проявляется в использовании фактов и примеров. В ее реализации участвуют местоимения 1-го лица как единственного (по указанным выше причинам), так и множественного числа, что говорит о желании говорящего подчеркнуть общность собственного опыта с опытом аудитории, а также акцентировать важность сообщаемого для слушателей.

Then there's my favorite example [...] / «Вот мой любимый пример [...]» (B. Obama, 2011); *That advance has great momentum in our time, shown by women voting in Afghanistan and Palestinians choosing a new direction and the people of Ukraine asserting their democratic rights and electing a President. We are witnessing landmark events in the history of liberty [...]* / «Этот шаг вперед является в наше время великим импульсом, который демонстрируют женщины, голосующие в Афганистане, и палестинцы, выбирающие новое направление, и народ Украины, заявляющий о своих демократических правах и выбирающий президента. Мы являемся свидетелями поворотных событий в истории свободы [...]» (G. Bush, 2005).

Тактика сопоставительного анализа связана с тактикой иллюстрирования и заключается в сопоставлении фактов, событий и пр. Для реализации данной тактики используется противопоставление местоимений 1-го и 3-го лица множественного числа:

You see, Washington has been telling us to wait for decades [...]. Meanwhile, China is not waiting to revamp its economy. Germany is not waiting. India is not waiting. These nations – they're not standing still. These nations aren't playing for second place. They're putting more emphasis on math and science. They're rebuilding their infrastructure / «Понимаете, Вашингтон десятилетиями говорил нам ждать [...]. Между тем, Китай не ждет, чтобы восстановить свою экономику. Германия не ждет. Индия не ждет. Эти нации – они не стоят на месте. Эти нации не борются за второе место. Они уделяют больше внимания математике и науке. Они перестраивают свою инфраструктуру» (B. Obama, 2010).

Не стоит относить данное противопоставление к реализации **тактики дистанцирования**, основанной на базовой семиотической оппозиции политического дискурса *свои – чужие*. Дистанцирование выражается через противопоставление, в частности, семантика дистанцирования может быть представлена оппозицией *мы – они*: *Terrorists like bin Laden are serious about mass murder, and all of us must take their declared intentions seriously. They seek to impose a heartless system of totalitarian control throughout the Middle East and arm themselves with weapons of mass murder. Their aim is to seize power in Iraq [...]. But*

they have miscalculated: We love our freedom, and we will fight to keep it / «Террористы вроде бин Ладена серьезно настроены в отношении массовых убийств, и мы все должны воспринимать их намерения всерьез. Они стремятся навязать безжалостную систему тоталитарного контроля на всей территории Среднего Востока и запасаются оружием массового уничтожения. Их цель – захватить власть в Ираке [...]. Но они просчитались: мы любим нашу свободу, и мы будем бороться, чтобы ее сохранить» (G. Bush, 2006).

Задачей **тактики кооперации** является создание в сознании адресата ощущения единения, общности с адресантом. Эта тактика регулярно реализуется посредством частотного употребления местоимения 1-го лица множественного числа.

Как подчеркивает Б.Ю. Норман, «собственная семантика *мы* неотделима от прагматических аспектов его употребления»: «изначальная, заложенная в самом языке семантическая размытость *мы* – в отсутствие его конкретизаторов, – создает базу для определенных психоречевых манипуляций, когда слушающему (или читателю), привыкшему к одному пониманию *мы* или просто предполагающему одно его “наполнение”, подсовывается другое его содержание» [15, с. 219]. В английском языке, как и в русском, семантическое различие между *мы* инклюзивным и *мы* эксклюзивным скрыто, а потому неопределенность второй составляющей *мы* («я» + «кто-то другой») в речи часто является причиной манипуляций. В рамках политического дискурса использование *мы* часто несет в себе «презумпцию включенности в коллектив», благодаря чему человек ощущает себя частицей некоего изначального социума [7, с. 60].

Так, например, в выступлении Б. Обамы в 2010 году можно выделить по меньшей мере три разновидности *мы*:

1) *Мы* = я (президент) и администрация: *So I supported the last administration's efforts to create the financial rescue program. And when we took that program over, we made it more transparent and more accountable. And as a result, the markets are now stabilized, and we've recovered most of the money we spent on the banks* / «Поэтому я поддержал усилия прошлого правительства по созданию программы финансовой помощи. И когда мы приняли эту программу, мы сделали ее более прозрачной и понятной. В результате рынки сейчас стабилизированы, а мы вернули деньги, которые мы потратили на банки»;

2) *Мы* = все присутствующие: *That's why, as we meet here tonight, over 10,000 Americans are working with many nations to help the people of Haiti recover and rebuild* / «Вот почему, в то время как мы здесь собрались, более 10 000 американцев сотрудничают с многими нациями, чтобы помочь народу Гаити восстановиться и прийти в себя»;

3) *Мы* = все американцы: *Despite our hardships, our union is strong. We do not give up. We do not quit. We do not allow fear or division to break our spirit* / «Несмотря на наши трудности, наш союз крепок. Мы не уступаем. Мы не сдаемся. Мы не позволяем страху или разногласиям сломить наш дух».

Переход между этими разновидностями *мы* маркирован лишь в незначительном количестве случаев, а потому задача определения того, кого подразумевает местоимение, ложится на плечи самого адресата.

Заключение. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о прагматической значимости в политической коммуникации личных и притяжательных местоимений, которые в последнее время все чаще рассматриваются исследователями как единицы, обладающие вполне самостоятельным, прагматически обусловленным, значением. Анализ ежегодных посланий президентов США Конгрессу выявил, что, ввиду специфики данного жанра политического дискурса, наибольшим прагматическим потенциалом обладают местоимения 1-го лица единственного и множественного числа, так как они участвуют в реализации всех тактик, выделяемых в рамках коммуникативной стратегии убеждения. В целом можно утверждать, что использование местоимения *я* демонстрирует то, как адресант позиционирует себя по отношению к аудитории, а местоимение *мы* служит целям психологического сближения говорящего со слушающим, созданию атмосферы сотрудничества и доверия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Bloomfield, L. Language / L. Bloomfield. – Delhi: Motilal Banarsidass Publ., 1995. – 566 p.
2. Арутюнова, Н.Д. Истоки, проблемы и категории прагматики / Н.Д. Арутюнова, Е.В. Падучева // Новое в зарубежной лингвистике / общ. ред. Е.В. Падучевой. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – С. 3 – 42.
3. Yule, G. Pragmatics / G. Yule. – London: Oxford University Press, 1996. – 138 p.
4. Бондарко, А.В. Посессивность. Вступительные замечания / А.В. Бондарко // Теория функциональной грамматики. Локативность. Бытийность. Посессивность. Обусловленность / А.В. Бондарко [и др.]. – СПб.: Наука, 1996. – С. 99 – 103.
5. Якобсон, Р.О. Шифтеры, глагольные категории и русский глагол / Р.О. Якобсон // Принципы типологического анализа языков различного строя. – М.: Наука, 1972. – С. 95 – 113.

6. Бенвенист, Э. Природа местоимений / Э. Бенвенист // Общая лингвистика / Э. Бенвенист. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – С. 285 – 291.
7. Норман, Б.Ю. Лингвистическая прагматика (на материале русского и других славянских языков): курс лекций / Б.Ю. Норман. – Минск: БГУ, 2009. – 183 с.
8. Вольф, Е.М. Грамматика и семантика местоимений / Е.М. Вольф. – М.: Наука, 1974. – 224 с.
9. Шахматов, А.А. Синтаксис русского языка / А.А. Шахматов. – М.: Едиториал УРСС, 2001. – 620 с.
10. Isačenko, A.V. Die Russische Sprache der Gegenwart / A.V. Isačenko. – Halle: Max Niemeyer Verlag, 1968. – Teil I. Formenlehre. – 706 s.
11. Норман, Б.Ю. О притяжательных местоимениях в славянских языках / Б.Ю. Норман // Slavia Orientalis / Б.Ю. Норман; Polska Akademia Nauk, Wydział Nauk Społecznych, Komitet Słowianoznawstwa. – Kraków: Bohdan Grell i córka, 1999. – Т. XLVIII, Nr. 4. – С. 599 – 616.
12. Peters, G. State of the Union Messages: research notes [Electronic resource] / G. Peters. – Santa Barbara, 1999. – Mode of access: <http://www.presidency.ucsb.edu/sou.php>. – Date of access: 17.11.2011.
13. Михалева, О.Л. Способы представленности субъекта действия в политическом дискурсе / О.Л. Михалева // Словарь, грамматика, текст в свете антропоцентрической лингвистики: сб. ст. / Иркут. гос. ун-т; отв. ред. Л.И. Горбунова [и др.]. – Иркутск, 2003. – Вып. 2. – С. 93 – 115.
14. Паршина, О.Н. Российская политическая речь / О.Н. Паршина. – 2-е изд. – М.: URSS: ЛКИ, 2007. – 227 с.
15. Норман, Б.Ю. Русское местоимение мы: внутренняя драматургия / Б.Ю. Норман // Russian linguistics. – 2002. – Vol. 26, № 2. – С. 217 – 234.

Поступила 07.12.2011

PRONOUNS AS A MEANS OF REALIZATION OF THE COMMUNICATIVE STRATEGY OF PERSUASION

E. VASILENKO

The article is devoted to the study of the communicative strategy of persuasion in political discourse. The author focuses on the role of personal and possessive pronouns in the realization of the strategy studied. The actuality of research of the pragmatic potential of the mentioned types of pronouns is underlined, the classification of the tactics of the communicative strategy of persuasion is suggested and the role of the pronouns in each of them is described. The article deals with the material of the State of the Union Addresses of the USA presidents to the Congress.